

Winner/s Edge

A thin red line starts from the top right of the 'Winner/s Edge' text, extends horizontally to the right edge of the page, then turns 90 degrees downwards and runs vertically to the bottom of the page. A small red trapezoidal shape is located at the top right corner of the page.

DER
WINNER/S EDGE
RESULTING-ANSATZ

Winner/s Edge
Resulting-Gesellschaft für Strategie, Vertrieb und Innovation mbH
Schloss Eicherhof - 42799 Leichlingen
www.winners-edge.de
www.lasko.de



„Das Publikum
beklatscht ein Feuerwerk,
aber keinen
Sonnenaufgang.“
Friedrich Hebbel



Winner/s Edge zeigt Ihnen im Winner/s Edge Resulting-Ansatz auf, wie Sie Ihre Ziele effektiver, zielgerichteter und damit wirtschaftlicher erreichen.

DER WINNER/S EDGE RESULTING-ANSATZ

ANSATZ ... was ihn so erfolgreich macht.

01 LEVERAGE

HEBEL

Was ist der effektivste Hebel für Vertrieb und Change-Management, mit dem das Unternehmen erfolgreich zum Ziel kommt? Diesen Ansatzpunkt nach Pareto (80/20)*¹ zu finden ist Kern der Aufgabe und kreative Höchstleistung.

02 PERFORMANCE

UMSETZUNG

Winner/s Edge befähigt und initiiert Führungskräfte, Opinion-Leader und Mitarbeiter mit den neuesten Methoden des „Extreme- und Rapid Learnings“ zum Handeln in höchster Leistungsbereitschaft. Dabei konzentrieren sich alle Maßnahmen auf die praktische Umsetzbarkeit am Arbeitsplatz.

03 RESULTER

ERGEBNIS

Winner/s Edge – das ist ein Team von professionellen, kreativen Sales-Spezialisten. Sie heißen Resulter, weil sie durch ihre langjährige, praktische Berufs- und Lebenserfahrung den individuell richtigen Weg zum Ziel finden. Kreativität, Mut, Initiative und Neugierde bestimmen ihre Grundhaltung. Dabei sind sie nicht nur der Motor für die Veränderung, sondern gleichzeitig Sparrings-Partner für den Kunden.

*1 Das Vilfredo Pareto-Prinzip (auch 80-zu-20-Regel) besagt, dass sich viele Aufgaben mit einem Mitteleinsatz von ca. 20% so erledigen lassen, dass 80% aller Probleme gelöst werden.



„Die wirkliche
Entdeckungsreise
besteht nicht darin,
neue Landschaften
zu erforschen, sondern darin,
mit neuen
Augen
zu sehen.“
Marcel Proust



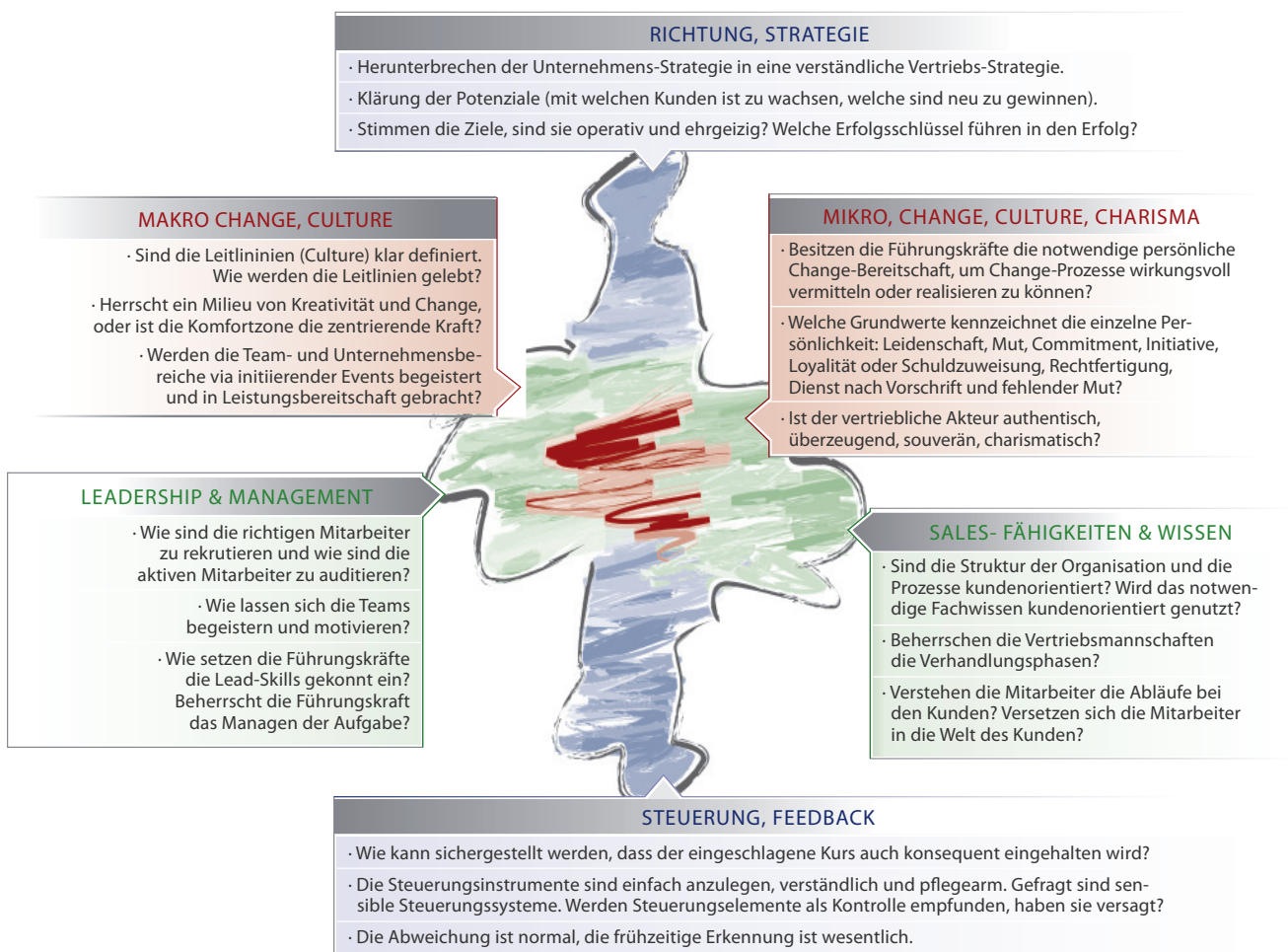
01 LEVERAGE HEBEL

Winner/s Edge

Was ist der effektivste Hebel für Vertrieb und Change-Management, mit dem das Unternehmen erfolgreich zum Ziel kommt? Nach Vilfredo Pareto lassen sich mit einem Mitteleinsatz von 20% etwa 80% erfolgreiche Umsetzung erzielen. Es geht nicht um die Wiederholung von Standardprogrammen, sondern darum, was für das Unternehmen in diesem speziellen Einzelfall die Lösung ist.

Das Ziel ist ein ganzheitliches Konzept. Den effektivsten Ansatz zur Zielerreichung zu erarbeiten, den richtigen innovativen Hebel zu finden – das ist die kreative Höchstleistung. Die Kunst: die Aspekte aus den unterschiedlichen Teilbereichen zu einem schlagkräftigen, ganzheitlichen Konzept zu verbinden. **Denn: Falscher Ansatz, falsche Resultate.**

Mit einem guten Ansatz wird sich das Projekt wie ein Adler in die Lüfte erheben. Kopf und Schweif sorgen für Richtung und Steuerung. Die Flügel (Leadership & Management, Sales-Fähigkeiten & Wissen) geben die Schlagzahl vor und sorgen für den richtigen Speed. Das Herz ist Zentrum für die ideellen Werte Culture & Change.



Winner/s Edge



„Leidenschaft
ist das
Feuer
der
Gestaltung.“



02 PERFORMANCE UMSETZUNG

Winner/s Edge

Winner/s Edge befähigt und initiiert Führungskräfte, Opinion-Leader und Mitarbeiter mit den neuesten Methoden des „Extreme- und Rapid Learnings“ zum Handeln in höchster Leistungsbereitschaft. Dabei werden die neuesten Erkenntnisse exzellenter Change-Prozesse eingesetzt, um die vertrieblischen Fokus-Projekte zum Erfolg zu führen.

Basis für die Umsetzbarkeit ist Begeisterung durch Wissen. Wie können die Mitarbeiter, die die Change-Prozesse im Unternehmen realisieren sollen, dazu befähigt werden? Das Geheimnis heißt: „Begeisterung durch Wissen“. Dabei helfen nicht nur Klassiker, wie Seminare, Workshops, Trainings, Coachings und Consulting weiter. Gefragt sind innovative Ansätze des „Rapid“ und „Extreme“ Learning.

Das Besondere: Bei Winner/s Edge konzentrieren sich alle Maßnahmen auf die praktische Umsetzung am Arbeitsplatz. Das bedeutet: Die Teilnehmer sind von Anfang an verantwortlich involviert. Das Lernen findet am Arbeitsplatz statt. Winner/s Edge demonstriert Theorie in der Praxis. Erfolgserlebnisse stellen sich unmittelbar ein – die Teilnehmer verinnerlichen das Gelernte schneller. Sie wissen innerhalb kürzester Zeit, worauf es ankommt und dass sie erfolgreich sein können.

Die Metapher der Orange verdeutlicht den Zusammenhang zwischen dem klassischen Projektmanagement (der Schale) und dem viel größeren und wichtigeren Teil, dem Leistungswillen der Mitarbeiter (dem Fruchtfleisch). Die Schale gibt dem Projekt „Orange“ Form, Stabilität und die richtige Richtung, schränkt allerdings auch ein. Das Fruchtfleisch wird durch die Schale geschützt und in Form gebracht und ist so der perfekte Nährboden für die Kreativität und das Potenzial der Mitarbeiter, die ausgewählten Exzellenz-Projekte pro Geschäftsjahr zum Erfolg zu führen.

DIE KERNE

Die Kerne der Orange stehen für die ausgewählten Exzellenz-Projekte pro Geschäftsjahr. Gelingen diese Exzellenz-Projekte, wird das Business-Ziel erreicht. Der Nährboden für die Kerne ist das Fruchtfleisch.

DIE MITTE

Die Mitte der Orange steht für Mind-Set, die innere Haltung der Mitarbeiter: Dazu zählen Initiative, Persönlichkeit, Leistungsbereitschaft, Einsatzwille und Mut.



DIE SCHALE

Die Schale der Orange zeigt das klassische Projekt-Management (Denken in Milestones, Moderation, Präsentation etc.). Die Schale gibt dem Projekt Form, Stabilität und die richtige Richtung, schränkt allerdings auch ein.

DAS FRUCHTFLEISCH

Das Fruchtfleisch symbolisiert die Culture, die den Change ermöglicht. Eine Ist-Situation ohne Dringlichkeit, ein Ziel ohne Vision funktioniert nicht.

Wie lassen sich die neuen Inhalte jedoch zielorientiert lernen? Winner/s Edge nutzt die Realität, dass Menschen 90% informal und 10% formal lernen. Es gilt, den Change informal am Arbeitsplatz in die Umsetzung zu bringen.



„Erfolgsmenschen
sind leicht zu erkennen:
Sie haben blaue Flecken
an den
Ellenbogen.“
Rudolf Platte



03 RESULTER ERGEBNIS

Winner/s Edge

Winner/s Edge – das ist ein Team von kreativen Sales-Profis. Winner/s Edge Resulter sind selbständige Gesellschafter, die ihre Projekte verantworten. Mut, Initiative und Neugierde bestimmen ihre Grundhaltung. Sie heißen Resulter, weil sie durch ihre langjährige, praktische Berufs- und Lebenserfahrung den individuell richtigen Weg zum Ziel finden. Was zählt, sind effektive und praktikable Ergebnisse. Und an diesen lassen sie sich messen.

Die Metapher „Hemdärmel hochkrepeln“ symbolisiert die nachweisbar zielgerichtete Umsetzungs- und Lösungskompetenz der eingesetzten Winner/s Edge Resulter. Veränderungsaktivitäten sind in die laufenden Prozesse der Unternehmen einzubetten.

WINNER/S EDGE UNTERNEHMEN

Winner/s Edge Gründung 1989, 14 Gesellschafter, 40 Winner/s Edge Permanent-Partner und ca. 90 Kooperations-Partner – Sitz in Köln/Düsseldorf – Filialen in der Schweiz und in Italien.

MIT INDIVIDUALITÄT ZUM ERFOLG

Winner/s Edge Partner sind Resulter, die weit mehr leisten als die meisten Trainer, Coaches und Berater im Markt. Je nach Aufgabenstellung kombiniert Winner/s Edge die „besten“ Resulter zur Erfüllung der Aufgabe.

Die Sales-Experten gehen jede Aufgabenstellung individuell an. Denn was für ein Unternehmen Erfolg brachte, kann für ein anderes Unternehmen der falsche Weg sein.

ALLE IN EINEM BOOT

Winner/s Edge integriert von Anfang an die Führungskräfte, Opinion Leader, Leistungsträger, Mitarbeiter des Unternehmens und bindet diese in die Change-Prozesse mit ein.

Winner/s Edge Resulter sind nicht nur der Motor für die Veränderung, sondern gleichzeitig Sparrings-Partner für den Kunden.

Dabei integrieren die erfahrenen Praktiker notwendige Veränderungen ideal in laufende Prozesse des Unternehmens.



WINNER/S EDGE CHORE-GEIST

Resulting: Leverage – Performance – Resulter



„Nichts auf der **Welt**
ist so mächtig,
wie eine **Idee**
deren **Zeit** gekommen ist.“
Victor Marie Hugo

- ▣ EXPERTISE
- ▣ PROJEKTE
- ▣ PUBLIKATIONEN
- ▣ UNTERNEHMENSSTZ
- ▣ PROFIL WOLF W. LASKO

Winner/s Edge

„Ein Kanu
den trifft nie
Baumstumpf
wieder,
von dem es
gehauen
wurde.“
Aus dem Kongo



„Den guten **Seemann**
erkennt man bei
schlechtem
Wetter.“

Aus der Toskana

PROJEKTE

Winner/s Edge

*ALLE PROJEKTBEISPIELE KÖNNEN UNTER WOLF@LASKO.DE ANGEFORDERT WERDEN!

FRAGEN DES KUNDEN/DES MARKTES	AKTIONSPROGRAMM: WINNER/S EDGE
Jeder Sales-Mitarbeiter soll die Strategie verstehen, und durch sie motiviert werden.	Transfer der Unternehmensstrategie in eine powervolle, motivierende Vertriebsstrategie (visuelles Mapping*)
Wie können wir kritische Stammkunden sichern, wie hochpotentielle Wachstumskunden ausbauen.	Deckungsbeitragsorientiertes Umsatzsteigerungsprogramm (Potentials-Gebiets-Management und Erfolgsplattform*)
Wie können neue Kunden gewonnen werden.	Ganzheitlicher Einsatz kreativer Akquisitions-Methoden (8118*)
Die systematische Vertriebssteuerung (Effekt & Effizienz) ist um 50% zu verbessern.	Aufbau eines intelligenten, pflegearmen, selbstcoachenden CRM-Tools (Scout*)
Umsetzung der Leitlinien, der gewollten Sales-Culture in reale Handlungen.	Performance Forum (7 Kugeln & Maps*)
In den Verkaufsgesprächen müssen wir viel professioneller, taffer, klüger verkaufen.	Exzellenz in der Verhandlungskönnerschaft / total sales skills (7 steps*)
Der Auftritt der Verkäufer soll charismatisch, authentisch, vertrauenserweckend sein.	Charisma, Überzeugung der eigenen Persönlichkeit (Personal Power*)
Integration unterschiedlicher Teams.	Fusion, Integration unterschiedlicher Unternehmen / Sales Forces (6 Boxes*)
Die Führungskräfte / Leistungsträger müssen ihre erfolgskritischen Projekte qualitativ, quantitativ in time und budget realisieren.	Innovatives Projekt-Management (Orange*)
Befähigung der Niederlassungsleiter/ Vertriebsdirektoren, einen exzellenten Job zu machen	Ganzheitliche Leadership-Programme zur Befähigung (Audit 262 & Guide*)
Ergebnis-orientierte Kundenbetreuung (Top Service) der Bigs.	VIP Key Account Management (Manual*)
Es müssen neue Absatzkanäle, neue Prozess-Designs, neue Services, neue Preis-Strategien gefunden werden, die besser sind als die des Wettbewerbs. Die Kreativ-potentiale des ganzen Unternehmens sind zu aktivieren.	Vertriebsorientierte Langzeit-Kreativ-Sessions (Inno/ Big 5*)
PS.: Die Klassiker des Lernens in Class-Room, Trainings, Workshops (formal) etc. sind aus Zeit- und Kostengründen zu überwinden (informal).	PS.: Die Winner/s Edge Antwort: rapid- oder extreme learning, simulation-learning, workplace-learning, mobile-learning, web-based-learning, real-time-learning, Einsatz der kollektiven Intelligenz / Wiki, CEO-Blogging, etc.



„Gefesselte Hände
können keinen
Beifall
klatschen.“

Stanislaw Jerzy Lec

PUBLIKATIONEN

Winner/s Edge

BUSINESS-
PHILOSOPHIE



UNTERNEHMERISCHES
DENKEN & HANDELN



MANAGEMENT



LEADERSHIP



SALES



KOMMUNIKATION

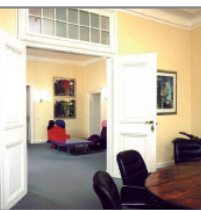
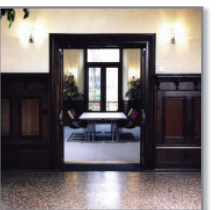
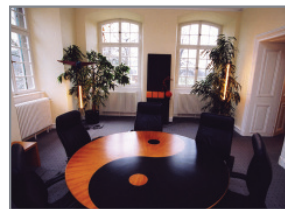


„Ein Raum,
der sich leicht
erwärmen lässt,
wird auch leicht
kalt.“

Aus Korea

UNTERNEHMENSSTZ

Winner/s Edge





„Es geht darum,
sich permanent
selbst
zu
überraschen.“

Max Frisch



PROFIL WOLF W. LASKO

Winner/s Edge

UNTERNEHMEN UND FOKUS

WINNER/S EDGE · Gründer & Geschäftsführer
Spezialist für Resulting · Resultatorientierte Sales-Projekte

UNTERNEHMENS-POSITIONIERUNG

WINNER/S EDGE Chore-Geist



1. Strategie-Resulting



2. Innovations-Resulting



3. Sales-Resulting

ERFAHRUNG

Basis	Volks- und Handelsschule, Drogist, Luftwaffe, Dipl.-Ing., Dipl.-Kfm., Dr. rer. pol.
BBDO/Werbeagentur	Kontakter/kreative Werbestrategien
Mercury/Sales-Beratung	Verkaufs-Berater/trainerorientierte Sales-Projekte
Institut für angewandte Kreativität	Kreativ-Berater/Innovations-Projekte
Winner/s Edge/ Unternehmensberatung	Resulter/resultatorientierte Sales-Projekte

PRIVAT

Zuhause	Ländlich mitten im Grünen bei Köln
Aktivitäten	Familie, Berge & Meer, Golf 20/40, Barrique-Painting, Möbius Comics, Science-Far, gute Freunde
Interessen	innovative, knifflige Projekte, freundschaftliche Geschäftsverbindungen
Grundhaltung	Neugierde

„Was sind Sie?
Jemand der übt,
ein Meister
zu werden,
oder
ein übender
Meister?“



- ▣ Dr. Wolf W. Lasko
- ▣ +49 (0) 172 2439398
- ▣ wolf@lasko.de
- ▣ www.lasko.de

Winner/s Edge

